

## ¿SE APAGA EL PERIODISMO DE INVESTIGACIÓN?

HENRY GÓMEZ SAMPER

El anunciado cierre de la revista *Cambio*, en Colombia, trae a colación el hecho de que los periódicos y revistas encuentran cada vez más cuesta arriba competir con los medios de comunicación electrónicos. Sin embargo, en América Latina sólo la prensa escrita presenta —además de breves artículos de opinión a menudo escritos por personas informadas, que no temen decir la verdad— uno que otro trabajo periodístico de envergadura. Cumple así la prensa escrita una función única y de vital relevancia, en la que son débiles las instituciones cuyo papel debería ser fortalecer y defender nuestras embriónicas democracias.

*Cambio* era un medio de excepción en el ámbito latinoamericano. Presentaba trabajos periodísticos que requerían investigación a fondo. A diferencia de los países desarrollados, donde el lec-

bajos de investigación, sean o no periodísticos. Lo que buscan los lectores es entretenimiento, farándula y retos al sexo y la belleza. Hay que darle a la gente lo que pida.

Hay sin embargo quienes señalan que el cierre de *Cambio* no tiene que ver con las pérdidas sino con su contenido. Era demasiado polémico. Pisaba callos. Frecuentemente destapaba escándalos y abusos de poder que suelen aumentar a medida que los gobiernos se prolongan. La verdad es que todos los gobiernos —incluso los de las democracias maduras— buscan el control de la opinión pública. Con la salvedad de que en las democracias desarrolladas proliferan las fuentes de información, y en las nuestras tenemos que contentarnos con los pocos trabajos académicos o del periodismo de investigación que van al grano y esclarecen alguna problemática.

Este tema me recuerda una experiencia del año noventa, cuando me desempeñaba como presidente del

Pero la principal amenaza que actualmente enfrenta el periodismo de investigación es de otra índole: la del gran mercado al que se dirige. Los medios que no den gusto a las grandes audiencias, que no acaten «la voz del pueblo», no tienen futuro. El decreciente mercado de algunas exquisiteces, como la música clásica, ha llevado a que algunos gobiernos otorguen subsidios a las radioemisoras que la presentan. ¿Debe subsidiarse el periodismo de investigación para que el ciudadano preocupado por el rumbo de la sociedad esté mejor informado? Bien triste sería. ¡El Estado terminaría por ser el único portavoz de la opinión pública! ❏

Henry Gómez Samper  
Profesor emérito del IESA

## ¿ES (O NO) DIGNO DE ADMIRACIÓN SER DESPIADADO EN LOS NEGOCIOS?

GUILLERMO S. EDELBERG

El diccionario Merriam-Webster Online dice que el adjetivo *ruthless* significa «despiadado, cruel». Por su parte, el *Webster's New World Dictionary*, que conservo desde mis épocas de estudiante, cuando se refiere a los sinónimos de la palabra «cruel», explica lo siguiente: «*Ruthless* implica, cuando se está en pos de un objetivo, una cruel e implacable falta de interés por los derechos o el bienestar de los demás». El *Diccionario de sinónimos y antónimos Larousse* menciona los siguientes sinónimos en relación con «despiadado»: «cruel, desalmado, inhumano, ineluctablemente, implacable, inflexible».

*Ruthless* aparece con cierta frecuencia en las publicaciones en inglés referido a un político o a un hombre de negocios. Alguna vez leí un artículo, por ejemplo, en el cual su autor señalaba que Bobby Kennedy era un político *ruthless*.

En el mundo de los negocios, Gordon Gekko, el personaje principal de la película *Wall Street*, fue un claro ejemplo de un hombre de negocios «despiadado» (para dejar de usar aquí la palabra en inglés). Era, además, un empresario inescrupuloso que no dudaba en transgredir la ley. Un ejemplo del mundo real lo brindó un artículo publicado en *The Economist* («Business: The executioner; FACE Value», 2 de diciembre de 2006) referido a

## Salvo pocas excepciones, ni siquiera las instituciones académicas de nuestros países publican trabajos de fondo sobre problemas sociales, económicos y políticos de actualidad. Por lo general publican papers de interés apenas para otros académicos

tor empeñado en buscar información tiene diversas opciones a su alcance, en Colombia y Venezuela son escasas las fuentes de información veraz presentada en profundidad. Salvo pocas excepciones, ni siquiera las instituciones académicas de nuestros países publican trabajos de fondo sobre problemas sociales, económicos y políticos de actualidad. Por lo general publican *papers* de interés apenas para otros académicos, antes que trabajos más sencillos pero igualmente valiosos, escritos en forma amena y accesibles para el público en general, como las mejores entregas del periodismo de investigación.

Un directivo del grupo editorial de *Cambio* explicó que el cierre del semanario obedeció a que estaba dando pérdidas. La misma explicación que esgrimen los diarios que han cerrado en Estados Unidos y Europa, o la que ofrece el *The New York Times* —único periódico de referencia en la mayor potencia del mundo— cuando cierra la oficina corresponsal de algún país cuyo acontecer ya no es noticia. El gran público carece de tiempo para leer tra-

IESA. El entonces senador vitalicio Rafael Caldera había pronunciado un discurso, publicado en la prensa, en el que incluyó afirmaciones que no se ajustaban a los hechos e injustamente ofendían a un colega, quien adelantaba una investigación sobre lo que consideraba disposiciones inconvenientes en el proyecto de Ley del Trabajo promovida por el ex presidente. Me atreví a refutar esas afirmaciones y aclarar los hechos por la misma vía (*El Nacional*, 9 de junio de 1990) y el doctor Caldera me respondió con una carta en la que manifestaba su más encendida indignación (publicada en el mismo diario el 9 de septiembre de 1990).

Al igual que los trabajos del auténtico periodismo de investigación, el papel de una institución auténticamente universitaria, en una sociedad como la latinoamericana, es muy delicado. Cualquier trabajo académico que toque los intereses de sectores políticos y económicos corre el riesgo de represalias. Y en nuestros países los intereses de los gobernantes o de ciertos grupos económicos pueden ser intocables.

un ejecutivo europeo. Decía así: «Se cree que Ferdinand Piech, durante el transcurso de su larga carrera como jefe máximo de Audi, como presidente de Volkswagen y como jefe de la junta de supervisión de VW en la actualidad, despidió a, por lo menos, treinta directores. Entre ellos a tres de sus sucesores en la dirección de Audi, una

## ¿Requiere la transformación de organizaciones fosilizadas y con culturas «atrincheradas» un grado de crueldad en su manejo que va más allá de lo que caracteriza a la gente decente?

subsidiaria de VW, y a su última víctima, Bernd Pischets, quien en 2002 lo sucedió como jefe de VW. Fue otra ejecución rápida y sin derramamiento de sangre llevada a cabo por el Sr. Piech. Éste, una persona hiperactiva, de ojos azules y de 69 años de edad, combina en sus actividades comerciales la fría lógica del darwinismo con un estilo de militar despiadado».

Tal como se observa en el ejemplo de Piech, el calificativo de «despiadado» se asigna con frecuencia a los ejecutivos que toman las decisiones de despedir cuando en las empresas se vive una «temporada» de despidos: cuanto más personas son despedidas, tanto más despiadado se es. Un autor vinculado a las actividades de una gerencia de recursos humanos señaló: «La orden de despedir suele presentarse como un objetivo presupuestario más que como una orden directa. Esto significa que un conjunto de nombres que implican vidas, valores, ambiciones, aspiraciones, habilidades, experiencias y conocimientos se reduce a una lista de salarios más *overheads*» (R. Donkin, *Personnel Today*. Sutton, 6 de febrero de 2007).

¿Cómo juzga el público el estilo de conducción y las actividades de los ejecutivos «despiadados»?

La respuesta no es inmediata. Por un lado, hay quienes sienten admiración por ellos, porque son los ejecutivos —tal vez no demasiado numerosos— que alcanzan los objetivos que se fijan... o les fijan. Son, por lo tanto, ejecutivos exitosos. Quienes así opinan piensan que los objetivos no serían fáciles de alcanzar si uno se dejara llevar por lo que dicen, piensan o sienten los demás. Recuerdo a un ex alumno que admiraba a un ejecutivo en cuya empresa había trabajado, y a quien ambos conocíamos, y que podía ser calificado

como despiadado. «Con él aprendí a trabajar» decía.

Por el otro, hay quienes opinan que los empresarios despiadados no deberían existir. «Consiguen sus objetivos “cueste lo que cueste o caiga quien caiga” sin importarles los medios de que se valen —el fin justifica los medios— ni sus consecuencias so-

bre la gente». Las escalas de valores y la ética empresarial se hacen evidentes entre quienes así opinan.

Un artículo publicado en *Financial Times* por S. Ghoshal y S. Caulkin el 19 de noviembre de 1998 se refirió al tema de los ejecutivos despiadados. Decía así: «¿Requiere la transformación de organizaciones fosilizadas y con culturas “atrincheradas” un grado de crueldad en su manejo que va más allá de lo que caracteriza a la gente decente? De ser así, la única opción para las personas razonables que ocupen cargos gerenciales es dar un paso al costado y sacrificarse. [...] En la actualidad nos hemos vuelto a enamorar del «Liderazgo con L mayúscula». La deshumanización del trabajo no es algo nuevo. Lo novedoso es la enorme presión existente en las empresas a causa de una dinámica poderosa de competencia y recompensas entre compañías inversoras y entre gerentes corporativos. La presión otorga recompensas sin precedente a los ejecutivos que “no son razonables”: gente ambiciosa y con suficiente determinación como para esforzarse al máximo para cumplir su misión para con los mercados de capitales. Ponen este objetivo por encima de todo lo demás. Esto es lo que las juntas directivas buscan en sus presidentes y lo que, a su vez, los presidentes buscan en sus subordinados. Muchas de estas personas son aclamadas en las publicaciones dedicadas a los negocios. Sus características personales reflejan el ideal del líder empresarial de hoy día: un varón intenso, capaz de tomar decisiones, despiadado, heroico e independiente. Este tipo de gerente ejerce gran influencia como modelo, pero también como reclutador que busca reproducir su propia imagen en los nuevos empleados. No existen en forma aislada. Cuentan

con subalternos ansiosos por imitarlos y así llegar a la cima. Existen, además, miembros de la comunidad académica y consultores —la prensa económica también juega su parte— que los justifican y que desarrollan razones por la cual el proceso debe acelerarse».

Usted, lector ¿Qué opina al respecto? ¿Es o no es digno de admiración el ser despiadado en los negocios? **RI**

**Guillermo S. Edelberg**  
Profesor emérito del Incae  
(Costa Rica)  
guillermoedelberg.com.ar

## CHILE SÍ PUDO

RAÚL MAESTRES M.

Chile es una larga y estrecha franja de tierra que se encuentra entre el océano Pacífico y la cordillera de los Andes. Limita al norte con Perú, al este con Bolivia y Argentina, y al sur con el paso Drake. Además, posee territorios insulares en el océano Pacífico. En total tiene una superficie de un poco más de 755 mil kilómetros cuadrados. Sus más de 17 millones de habitantes promedian índices de desarrollo humano, porcentaje de globalización, producto por habitante, crecimiento económico y calidad de vida, que se encuentran entre los mejores de América Latina.

En Chile se han aplicado tres modelos económicos diferentes durante los últimos cuarenta años: el sistema socialista, intentado por el gobierno de la Unidad Popular (1970-1973); el sistema neoliberal, durante el gobierno militar (1973-1989); y el sistema social de mercado, desarrollado en los cuatro gobiernos de la Concertación (1990-2010).

Al aproximarse las elecciones presidenciales de 1970, la izquierda chilena formó la llamada Unidad Popular (partidos Socialista, Comunista, Radical, Social Demócrata y el MAPU) y postuló a Salvador Allende. La Democracia Cristiana postuló a Rodomiro Tomic, y la Democracia Radical y el Partido Nacional hicieron lo propio con el ex presidente Jorge Alessandri. Los resultados fueron estrechos, lo que hizo que el Congreso tuviera la obligación de decidir entre los dos candidatos mayoritarios: Allende y Alessandri. Por tratarse de un militante socialista, la elección no era tan sencilla. Pero el Congreso actuó de acuerdo con la tra-